

## Curitiba para você: Qual mensagem você leva da sua cidade?<sup>1</sup>

Adam Lucas Weber da SILVA<sup>2</sup>

Willian Hideo SAIZAKI<sup>3</sup>

Anuschka Reichmann LEMOS<sup>4</sup>

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR

**RESUMO:** As experiências que temos no ambiente em que vivemos contribuem para a visão estabelecida que temos dele. Além disso, somos diariamente bombardeados com informações que determinam o modo como nos relacionamos com os centros urbanos. Neste sentido, este trabalho tem como proposta levar a reflexão sobre a paisagem urbana das cidades contemporâneas numa perspectiva da transmissão da mensagem. Para tanto - embasados em conceitos de fotografia do Boris Kossoy, a semiótica de C.S. Peirce, cultura de Clifford Geertz, as noções de memória cultural de Maurice Halbwachs e a percepção de cidade de Kevin Lynch - buscamos compreender a construção desta mensagem e a forma como a enxergamos. O ensaio fotográfico artístico traz pontos relevantes de Curitiba inseridos em garrafas, objetos que remetem às mensagens.

**Palavras-chave:** Fotografia, representação, cidade, criatividade

## 1 INTRODUÇÃO

O que os centros urbanos comunicam? As cidades contemporâneas são composições ricas em comunicação, resultantes da influência das ações humanas refletidas na sua ocupação. As novas tecnologias possibilitam uma variedade cada vez maior de estímulos visuais, e as informações com as quais somos confrontadas aumentam consideravelmente enquanto transitamos diariamente por suas ruas e calçadas, em meio ao seu emaranhado de construções. Da arquitetura dos edifícios históricos às vitrines dos grandes centros comerciais, das artes urbanas debaixo de viadutos à dureza das placas de sinalização, basicamente tudo o que o percebemos no meio urbano é comunicação. Neste sentido, as cidades deixaram de ser apenas aglomerados coletivos permeados por eventos sociais, políticos e financeiros, para se tornarem parte intrínseca da experiência humana. Estando, assim, intimamente ligada aos sentidos. Desta forma, cada ator da vida cidadina tem sua percepção do ambiente urbano a partir das suas experiências de vida naquele meio, e tornam-se pequenos e importantes caracteres da grande mensagem a ser construída. A

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Ensaio fotográfico artístico (conjunto).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, e-mail: adamlucasws@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, e-mail: wsaizaki@gmail.com.

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2014), e-mail: anuschka@uol.com.br

cidade remete situações e emoções vivenciadas pelos seus personagens, formando várias narrativas através do contato com as pessoas, as paisagens, e pelas experiências vividas nessa ambientação.

Dentro desta perspectiva, a proposta deste trabalho foi a captação fotográfica de locais símbolos da cidade de Curitiba, não apenas como forma de documentá-los, mas principalmente sendo parte integrante deste processo de comunicação a que a cidade constantemente se propõe a transmitir, de modo a que possamos levar à reflexão sobre a mensagem que a mesma transmite.

## **2 OBJETIVO**

Como objetivo geral, este ensaio pretendeu utilizar a linguagem fotográfica, por uma perspectiva diferenciada, para levar uma reflexão sobre representação das cidades no imaginário dos seus habitantes e visitantes.

Os relatos de mensagem em uma garrafa jogadas ao mar são conhecidos desde a Grécia antiga. Segundo publicação do National Geographic Magazine, o filósofo grego Teofrasto (371 a.C. – 287 a.C.) procurou provar que o Mediterrâneo era formado pelo fluxo do oceano Atlântico lançando diversas mensagens ao mar, embora não haja relato que tenha obtido qualquer resposta. Ao longo dos séculos, além dos experimentos científicos, o ato foi ganhando um aspecto mais romântico, servindo como meio de transmissão de mensagens. A literatura, e mais tarde o cinema, ajudaram a reafirmar essa áurea romântica. Neste sentido, a garrafa, como símbolo dessa cosmologia, tornou-se, portanto, elemento fundamental para o ensaio fotográfico proposto neste trabalho. Ao assumir o desafio de descobrir a mensagem que a cidade comunica, procurou-se relacionar os aspectos metafóricos da garrafa e sua mensagem como tentativa de fornecer uma resposta ao questionamento.

Com base nisto, a cidade escolhida para esse ensaio foi a capital paranaense, Curitiba. Sua conhecida característica ecológica em simbiose com o meio urbano e as suas propostas inovadoras ofereceram condições necessárias para que o impacto do projeto tenha sido satisfatório.

Essa produção capturou um recorte da paisagem curitibana para dentro das garrafas, trazendo uma outra perspectiva de observação desses pontos, com uma ótica minimalista, evidenciando algumas características dos locais e marcos da cidade. Possibilitou também

observação desses cenários em um formato diferente do que ele é normalmente visualizado, gerando interpretações para os observadores desse ensaio.

Conhecer uma cidade é conhecer seus pontos turísticos. Pelo menos essa é a máxima de um turista em uma viagem de férias. Determinados espaços urbanos são representações que a cidade construiu como marca para sua identidade, seja para aqueles que a visitam, seja para aqueles que cotidianamente usufruem dos seus espaços para o lazer, convívio e atuação.

A fotografia, sobretudo com o advento dos *smartphones*, está tão presente na vida das pessoas que uma foto significa uma prova da viagem, ou mesmo de uma atividade rotineira, quase tão importante quanto a experiência *in loco*. No entanto, a fotografia pode ser interpretada de outras formas. Não necessariamente como um registro. Mas, ao olhar a paisagem, retomamos memórias de uma experiência vivida.

Agora, que tal olhar a cidade de uma forma diferente? Essa é a proposta do nosso projeto. É uma observação em duas camadas. A câmera fotográfica faz a seleção de um recorte da paisagem a ser retratado. Mas, escolhemos um outro filtro: uma garrafa. A imagem é virtualmente capturada para dentro da garrafa. O foco de atenção é para o que está dentro dela.

Diante disso, que mensagem temos de uma cidade? Que lembranças elas remetem a nós? Tal qual o clássico, mensagem jogada ao mar por meio de uma garrafa, ressignificamos pelas impressões imagéticas inscritas na garrafa e por meio dela, produzindo um significado ao seu observador.

A garrafa foi jogada ao mar, metaforicamente. O ensaio fotográfico permanecerá disponibilizado em uma plataforma online podendo ser espalhado por outras mídias e acessível a várias pessoas.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A fotografia não é apenas um registro da realidade dada. Conforme Boris Kossoy (2001, p.50), “toda fotografia é um testemunho segundo um filtro cultural, ao mesmo tempo que é uma criação a partir de um visível fotográfico”. O ensaio não capta a paisagem na fotografia de um formato tradicional, que é comumente replicado nos cartões postais; ele apresenta uma observação diferenciada da paisagem com um filtro sobre a imagem final resultante em um conteúdo particular, além do recorte da paisagem, que todo fotógrafo acaba escolhendo durante a sua atividade fotográfica. A partir dessa abordagem o ensaio foi

realizado não com um efeito meramente documental, mas conceitual. Mais que isso, um efeito simbólico.

Geertz (2008, p.67) define símbolo como qualquer ato, objeto, acontecimento ou relação que representa um significado. À luz da antropologia cultural, um símbolo particular de um grupo é racionalizado a partir de estímulos que são estranhos em vista de uma familiaridade com o grupo nativo. Trata-se de uma conceituação endógena desses indivíduos, uma atividade mental, que dá significado a um conjunto de percepções do meio, pela maneira como esse grupo encara seu mundo. É um sistema de significações construídos coletivamente. Trata-se, pois, de uma ciência interpretativa à procura do significado, fundamentado no conceito semiótico de cultura, na qual a descrição densa de uma ação, o como agir, ou nesse caso, observar uma fotografia, fazemos uma leitura a partir de um sistema de símbolos que são próprios de um determinado grupo, e que para eles lhe traz significados, gerando uma interpretação baseada nesse sistema simbólico.

Colocar a imagem de uma cidade, representada pelos seus marcos, dentro de uma garrafa projeta significados na mente do observador. O ser humano compreende o ambiente em que vive por meio de representações que, por sua vez, são reconhecidas por outras representações, as quais a semiótica tem como objeto de estudo o signo, a partir do modelo triádico peirceano: signo, objeto e interpretante.

Para Peirce (2000), o signo ou *representamen* é algo que, sob certa perspectiva, representa alguma coisa para alguém. Ou seja, cria na mente do observador um signo equivalente a ele mesmo ou até mais desenvolvido, gerando um interpretante, sendo a entidade representada denominada de objeto. Desta forma, o signo só poderá representar o objeto parcialmente, até mesmo representando-o falsamente. O interpretante é o resultado do processo de análise feito observador (intérprete) a partir do seu repertório acumulado por meio de suas experiências vividas. O signo é representado no ensaio pela fotografia; os marcos da cidade fotografados, inseridos dentro da fotografia, aparecem como objetos; e o interpretante como a imagem que a cidade acaba transmitindo. A partir de interações culturais, assimilamos outras percepções de mundo, que são fundamentais para o construto do interpretante analisado por Peirce.

A fotografia, portanto, é um signo. Não é a cidade, mas uma representação da cidade. E a proposta de retratar a cidade dentro de uma garrafa alude a um outro conceito, o de mensagens jogadas ao mar. E, neste caso, a mensagem é a própria cidade.

Os espaços fotografados trazem um significado distinto para cada observador. Mas, se analisar sensações de lembrança individual que não estejam arraigada a uma lembrança particular, tem-se a percepção de uma atmosfera própria da cidade retratada. Como descrito por Maurice Halbwachs:

Não basta reconstituir pedaço por pedaço a imagem de um acontecimento passado para obter uma lembrança. É preciso que esta reconstituição funcione a partir de dados ou de noções comuns que estejam em nosso espírito e também no dos outros, porque elas estão sempre passando destes para aqueles e vice-versa, o que será possível se somente tiverem feito e continuarem fazendo parte de uma mesma sociedade, de um mesmo grupo (HALBWACHS, 2013, p. 39).

A escolha de pontos turísticos da cidade foi feita para assegurar um conhecimento maior daqueles cenários por parte dos observadores. Isso porque faz parte do repertório – ou, sistema de signos existentes, conforme descreve Pignatari (2002) - de um grupo maior de pessoas. Os ângulos retratados, os elementos que compõem a imagem e montagem criada na captação buscam distanciar o ensaio dos ensaios de postais tradicionais. Por fim, o ensaio está disponibilizado em um domínio da internet. E a internet entendida como rede de computadores interconectados. Assim, a informação pode viajar através de todas essas redes até chegar ao seu destino, metaforicamente a praia depois de viajar pelo mar com a mensagem nela contida.

A percepção da cidade pelas pessoas “não é íntegra, mas sim bastante parcial, fragmentária, envolvida em outras referências”, como constata Kevin Lynch (1982, p. 12). Nessa percepção cidadina estão envolvidos todos os sentidos sensoriais que, juntos, compõem a imagem da cidade. A construção da imagem da cidade é resultado de um processo bilateral entre o observador e o meio:

o meio ambiente sugere distinções e relações, e o observador – com grande adaptação e à luz dos seus objetivos próprios – seleciona, organiza, e dota de sentido aquilo que vê. [...] Assim, a imagem de uma dada realidade pode variar significativamente entre diferentes observadores (LYNCH, 1982, p. 16)

Uma imagem da cidade pode ser analisada por três componentes, conforme LYNCH (1980). São eles: identidade, estrutura e significado. A primeira refere-se a identificação do objeto, que a distingue dos demais. A outra, está relacionada a relação espacial e estrutural com o observador e outros objetos. E, a última, considera um sentido dela ao observador,

que pode ser prático ou emocional. Assim como foi dito, são componentes da imagem, ou seja, juntos formam a imagem de uma cidade.

Essa sistematização proposta por Lynch ordena como a imagem da cidade pode ser construída pelo observador. Temos uma estrutura particular da paisagem, e em uma abordagem sintática de Pierce, pelos elementos que compõem um signo. Temos, também, um significado que é construído a partir de um sistema simbólico, conforme Geertz avaliou, e que para Pierce gera um interpretante, em uma análise pragmática, simbólica. Para, então, ter a interpretação da Cidade a partir de elementos que dão Identidade, que traz para Curitiba uma atmosfera própria dessa cidade.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Equipados com uma máquina fotográfica modelo Nikon D3100, os alunos retrataram, em cerca de 200 fotos, os variados pontos turísticos e de convívio social de Curitiba, com o uso de garrafas colocadas entre a câmera e a paisagem fotografada, de modo a atender a proposta do projeto. O elevado número de cliques justifica-se pela necessidade em experimentar ângulos, enquadramentos e iluminações para garantir a qualidade final do ensaio.

As garrafas foram dispostas em pontos do cenário que proporcionassem uma visão diferenciada, fazendo a vez de uma outra lente. Em algumas cenas retratadas a garrafa foi colocada em um pano para simular a areia da praia. Este recurso foi importante para aproximar e contextualizar o ensaio com a proposta do projeto de forma mais explícita

Nessas imagens captadas privilegiaram-se planos e enquadramentos que destacassem o espaço em questão, predominando o plano geral. A preocupação com a produção dos cenários a serem retratados foi relativamente baixa, buscando respeitar a espontaneidade e os aspectos do cotidiano, utilizando-se por vezes dos próprios elementos que compunham o ambiente, como o banco de uma praça, o suporte de um telefone público ou a plataforma de uma estação tubo. Devido à necessidade de capturar os cenários pelo melhor ângulo, o problema com a iluminação natural foi uma constante, pois a incidência dos raios solares acabava por refletir na garrafa, comprometendo a qualidade da imagem.

O processo de escolha da garrafa ideal se configurou uma barreira para o início do projeto. A rigor, apenas a quarta e quinta garrafas cumpriram os critérios previamente estabelecidos para que fosse possível retratar da melhor forma os cenários escolhidos. Nas

primeiras opções o vidro desfocava a imagem. Procurou-se então soluções, como encher a garrafa de água. Isto acabou não sendo de grande utilidade. Foi então necessário recorrer à feiras de antiguidades para obter uma garrafa com aspecto mais artesanal, que cumprisse o propósito de captar o cenários e minimizar os efeitos de luz e foco.

Após a captação fotográfica, os alunos se reuniram para a seleção das imagens que se aproximaram do resultado desejado. As fotografias escolhidas passaram por um processo de pós-produção, com a utilização do editor de imagens Adobe Photoshop CS6 para o tratamento final. Devido a diferença física entre os locais retratados e os horários diferentes em que foram capturados, houve a necessidade corrigir algumas falhas, como o pouco contraste e a grande variação de iluminação. Além disso, buscou-se realçar características e criar uma unidade entre as fotografias que compõem o ensaio, proporcionando assim uma melhor experiência de observação.

Após a edição o ensaio foi finalizado com um número total de dez fotos, cada uma representando um dos locais pré-escolhidos.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O ponto de partida para execução do projeto foi a proposta de trabalho “Comunicação NA/DA Cidade” como parte da disciplina de Comunicação e Criatividade ministrada pela professora Anuschka Reichmann Lemos, no curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, na Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Para tanto, os alunos realizaram uma primeira reunião, ainda em sala de aula, para discussão e definição do tema. Foram dois meses de pesquisa e estruturação do projeto em torno do conceito de mensagem em uma garrafa, iniciado no mês de maio. No mês de julho de 2014, amparados pelos aportes teóricos adquiridos e impulsionados pela vontade de captar os elementos turísticos de Curitiba sob uma nova óptica, os acadêmicos se deslocaram até os locais previamente definidos. Em mãos uma garrafa, uma lente e uma câmera.

A escolha dos espaços retratados partiu do princípio de domínio público referencial. Em um primeiro momento buscou-se retratar pontos de Curitiba que mais representassem a cidade numa perspectiva turística, como o Jardim Botânico, o prédio histórico da Universidade Federal do Paraná, o Museu Oscar Niemayer (Museu do Olho), o Parque Tanguá. Outros locais selecionados estavam ligados a aspectos mais humanos, com raiz nas questões culturais, como foi o caso do Paço da Liberdade, da Catedral Metropolitana e da

Mesquita Árabe, além da Praça do Japão, representando a questão migratória e da Praça 19 de dezembro, na figura da estátua do homem paranaense.



**Prédio histórico UFPR**



**Homem Paranaense**

Foram utilizadas duas garrafas de formatos diferentes, de modo que os cenários pudessem ser capturados da melhor forma. E, por garrafa, temos duas interpretações mais recorrentes: a garrafa como lembrança, como memória de um espaço visitado, de um local conhecido, que queremos guardar em nossas lembranças; e a garrafa como símbolo de transmissão de mensagem, tal qual a mensagem na garrafa jogada ao mar.

A lente da câmera conjugada com a lente da garrafa proporcionou um retrato da realidade de uma forma diferenciada. A garrafa ao mesmo tempo que é lente, transforma-se em suporte. Cada um percebe a imagem com um significado diverso que ela tem a sua vida. É, por fim, um presente. Uma Curitiba pra você.

E, assim, publicamos o resultado do nosso trabalho na rede social *Tumblr* <<http://curitibapravc.tumblr.com>>, com a pergunta: “Qual mensagem você leva da sua cidade?”. Paralelamente, tivemos uma grande divulgação do projeto através da rede social *Facebook*, em páginas ligadas ao próprio meio universitário.

Mas foi, principalmente, através da página oficial da Prefeitura de Curitiba, que o projeto ganhou grandes dimensões, atingindo milhares de curtidas e centenas de comentários e compartilhamentos. Notamos que muitos dos comentários foram espontaneamente respostas sobre a mensagem que cada cidade transmitia, já que muitos fãs da página da Prefeitura de Curitiba são habitantes de cidades de todo o Brasil. Isso nos possibilitou ter um *feedback* quase instantâneo sobre a proposta do trabalho. Através dos comentários, observou-se que algumas pessoas enxergaram a proposta do trabalho do ponto

de vista puramente estético, valorizando os aspectos da imagem. Outras se direcionaram para uma percepção da imagem das cidades, a partir das suas experiências vividas.

O projeto foi apresentado no âmbito da disciplina e obteve um retorno positivo por parte dos colegas de turma. Os mesmos foram agraciados com exemplares impressos, em formato de postais, do ensaio fotográfico.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Olhar a cidade por uma perspectiva diferente possibilitou não apenas o conhecimento mais aprofundado da mesma como também permitiu questionar e buscar o lado mais humano dos centros urbanos, cada vez mais mecanizados. O resultado do presente trabalho exigiu dos alunos a sensibilidade para compreender os comportamentos humanos em relação aos ambientes em que vivem e ligá-los aos aspectos de significação da mensagem transmitidas pelos mesmos. Além disso, foi adquirida uma compreensão mais crítica acerca da problemática do excesso de informação, úteis ou não, das cidades.

Os centros urbanos contemporâneos devem estar preparados para comunicar e interagir com seus públicos, de modo não apenas a visar a eficiência urbanística, como também proporcionar o bem estar e conduzir os seus habitantes e visitantes a uma experiência enriquecedora e duradoura.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERLIN, Jeremy. **Oldest Message in a Bottle: Behind History's Famous Floating Notes**. Disponível em: < <http://news.nationalgeographic.com/news/2012/09/120918-oldest-message-in-a-bottle-science-history-messages> > Acesso em: 27 de março de 2014
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Ed. Centauro, 2013.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia e história**. 2. ed. São Paulo: Ateliè Editorial, 2001.
- LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda, 1982.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 3ª ed., São Paulo: Perspectiva, 2000
- PIGNATARI, Décio. **Informação, linguagem, comunicação**. São Paulo: Ateliè Editorial, 2002.